

**PENGARUH FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP PREFERENSI
IBU RUMAH TANGGA MUSLIM UNTUK MEMILIH
PRODUK PANGAN HALAL**



Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih
Gelara Sarjana Ekonomi Islam (S.EI) Jurusan Ekonomi Islam
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar**

Oleh

AKHMAD ZULHIKAM
NIM. 10200110008

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

2014

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akhmad Zulhikam
Nim : 10200110008
Tempat/ tanggal lahir : Bulukumba, 19 April 1992
Jurusan : Ekonomi Islam
Alamat : Paccinongang (Jln. Mustafa Dg. Bunga)
Judul : Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Preferensi
Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk
Pangan Halal.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Gowa, 02 Desember 2012
Penyusun,

Akhmad zulhikam
10200110008

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal”, yang disusun oleh AKHMAD ZULHIKAM, NIM: 10200110008, mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Jumat 12 September 2014 M, bertepatan dengan 17 Dzulkaidah 1435 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam, Jurusan Ekonomi Islam (dengan beberapa perbaikan).

Makassar, 28 Oktober 2014 M
4 Muharram 1436 H

DEWAN PENGUJI:

Ketua	: Prof. Dr. H. Ambo Asse.,M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Rahmawati Muin.,S.Ag.,M.Ag	(.....)
Penguji I	: Dr. Hj. Salmah Said.,SE,M.Fin.,Mgmt.M.Si	(.....)
Penguji II	: Mustofa Umar.,S.Ag.,M.Ag	(.....)
Pembimbing I	: Dr. H. Abdul Wahab.,SE.,M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Drs. Thamrin Logawali.,M.H	(.....)

Diketahui oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Ambo Asse.,M.Ag
NIP. 19581022 198703 1 002

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”.

(QS Al-Insyirah: 5)

Berangkat dengan penuh keyakinan

Berjalan dengan penuh keikhlasan

Istiqomah dalam menghadapi cobaan

“YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH”

(TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid)

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”

(Aristoteles)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur atas rahmat Allah Yang Maha Kuasa, karena dengan ijin dan karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. *Sholawat* dan *salam* senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan *syafa'at*-nya kelak di Hari Akhir.

Suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal dengan sebaik-baiknya. Suksesnya penyelesaian skripsi ini juga tentunya tidak terlepas dari pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Atas bantuan dan dorongan baik moril maupun materil kepada penyusun, maka hanya ucapan terima kasih seraya berdoa kepada Allah SWT semoga memberikan penghargaan yang sebesar besarnya kepada mereka (*jazakumullah ahsanal jaza*).

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing, HT., MS., selaku Rektor UIN Alauddin Makassar.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
3. Bapak Dr. H. Muslimin Kara., M.Ag, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
4. Ibu Rahmawati Muin, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Dr. H. Abdul Wahab, SE, M.Si., selaku Pembimbing I dan Bapak Drs. Thamrin Logawali, M.H., selaku Pembimbing II yang selama ini membimbing, serta mengarahkan, dan memberikan ilmu yang tulus ikhlas dan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu Dr. Hj. Salmah Said., SE, M.Fin., Mgmt. M.Si., selaku Penguji I dan Bapak Mustofa Umar., S.Ag., M.Ag. selaku Penguji II yang menguji seminar hasil dan munaqasyah serta memberikan masukan dan arahan yang berhubungan dengan penulisan karya tulis ini.
7. Bapak Akramunnas., SE., MM., selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah berkenan membina serta memberikan ilmu pengetahuan sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh dosen UIN Alauddin Makassar yang telah berkenan memberi kesempatan, membina, serta memberikan kemudahan kepada penulis dalam menimba ilmu pengetahuan sejak awal kuliah sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas kesabarannya dalam memberikan pelayanan.
10. Bapak Drs. H. Alimuddin Ahmad, M.Pd., selaku RT di Perumahan Graha Surandar 02 yang telah memberikan banyak membantu dalam pemberian data yang berhubungan dengan penyelesaian skripsi ini.
11. Sahabat dan teman seperjuanganku di Jurusan Ekonomi Islam Ang.2010 yang selalu memberikan keceriaan dan mewarnai hari-hariku dengan kekurangan serta kelebihan yang dimiliki, sekaligus memberikan masukan serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Adik-adik sejurusan Ekonomi Islam serta HMJ Ekonomi Islam yang selama ini mewarnai hidup penulis.
13. Teman-teman seperjuangan di Forum Kajian Ekonomi Syari'ah (FORKEIS), (angkatan 2011, 2012 dan 2013) dan masih banyak lagi yang telah banyak mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Sahabat dan teman di seluruh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Fakultas lain yang ada di UIN Alauddin Makassar, terima kasih atas doa dan nasehat-nasehat yang kalian berikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Kepada Ayahanda Alm Jamaluddin dan Ibunda Muliati penulis menyampaikan penghargaan teristimewa dan terima kasih yang tak terhingga serta

keluarga tercinta yang telah membesarkan, mendidik dan mengorbankan segalanya demi kepentingan penulis dalam menuntut ilmu serta memberikan dukungan, nasihat dan doa restu sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Segala usaha dan upaya telah dilakukan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan sebagai akibat keterbatasan kemampuan. Semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Samata, Agustus 2014

Penulis,

AKHMAD ZULHIKAM
NIM: 10200110008

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Hipotesis Penelitian	6
D. Definisi Operasional	7
E. Kajian Pustaka	9
F. Tujuan	10
G. Garis – Garis Besar Isi Skripsi	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Tinjauan Umum tentang Preferensi	12
B. Pengaruh antara Demografi terhadap Preferensi	15
C. Tinjauan Umum tentang Label Pangan	16
D. Produk Pangan Halal	23
E. Persepsi Konsumen	25
F. Penelitian Terdahulu	29
G. Kerangka Pikir	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	33
B. Pendekatan Penelitian	33
C. Populasi	34
D. Metode Pengumpulan Data	34
E. Instrumen Penelitian	35
F. Uji Validitas dan Reabilitas	37
G. Metode Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran – Saran	60
DAPTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN LAMPIRAN	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Jumlah warga berdasarkan jenis kelamin di perumahan graha surandar 02, pada tahun 2014	41
Tabel 4.2.	Tingkat pendidikan warga diperumahan graha surandar 02, Pada tahun 2014	41
Tabel 4.3.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencahariannya diperumahan graha surandar 02, Pada tahun 2014	42
Tabel 4.4.	Umur Responden	42
Tabel 4.5.	Pendapatan Responden	43
Tabel 4.6.	Pendidikan Responden	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka pikir	30
----------------------------------	----

ABSTRAK

Nama Penyusun : Akhmad Zulhikam
NIM : 10200110008
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal.

Kegiatan makan dan minum merupakan kebutuhan yang paling dasar bagi setiap makhluk hidup. Bagi penganut agama Islam, makanan menjadi hal yang harus diperhatikan. Hal ini dikarenakan ada ketentuan atau status hukum yang berlaku terhadap suatu makanan yang biasa disebut halal atau haram makanan tersebut.

Skripsi ini membahas 2 pokok masalah, yakni : Apakah faktor demografi (usia, pendapatan, dan pendidikan) berpengaruh secara parsial terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal, dan apakah faktor demografi (usia, pendapatan, dan pendidikan) berpengaruh secara simultan terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, yang digunakan untuk mengetahui preferensi ibu rumah tangga muslim terhadap produk pangan halal. Analisis data menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian maka dapat disimpulkan pengaruh faktor demografi terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim dalam memilih produk pangan halal, baik secara parsial maupun secara simultan yaitu: Variabel Usia (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga dalam pemilihan pangan halal. Variabel pendapatan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga dalam pemilihan pangan halal. Dan Variabel pendidikan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga dalam pemilihan pangan halal. Sedangkan Usia (X_1), Pendapatan (X_2) dan Pendidikan (X_3) Secara Simultan berpengaruh Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Dalam Memilih Produk Pangan Halal, hal ini dibuktikan dari Hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi F sebesar 0,000 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha () 0,05.

Kata Kunci: *Demografi, Preferensi, Ibu Rumah Tangga Muslim, Produk Pangan Halal, Usia, Pendapatan, Pendidikan.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan makan dan minum merupakan kebutuhan yang paling dasar bagi setiap makhluk hidup. Para ahli antropologi berpendapat bahwa kebiasaan makan keluarga dan susunan hidangannya merupakan salah satu manifestasi kebudayaan keluarga yang disebut gaya hidup. Kebiasaan mengonsumsi makanan seseorang didasarkan pada kepercayaan yang dianutnya, kesukaan, pantangan serta larangan terhadap makanan atau minuman tertentu.¹ Bagi penganut agama Islam, makanan menjadi hal yang harus diperhatikan. Hal ini dikarenakan ada ketentuan atau status hukum yang berlaku terhadap suatu makanan yang biasa disebut halal atau haram makanan tersebut. Oleh karena adanya tuntunan tersebut, maka ada kewajiban bagi setiap muslim untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik sesuai dengan yang terdapat di dalam al-Qur'an. Oleh karena itulah, pengetahuan tentang halal menjadi penting bagi konsumen muslim sebelum memutuskan akan mengonsumsi suatu produk pangan

Berdasarkan surah al-Maidah ayat 88 Allah swt menyatakan bahwa

اللَّهُ حَلَالٌ طَيِّبٌ ۖ وَأَتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Terjemahannya:

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” (QS. Al-Ma'idah: 88).²

¹ Syarief R, dkk., *Teknologi Pengemasan Pangan dan Lab. Rekayasa Proses Pangan* (Bogor: PAU-Pangan dan Gizi IPB, 1989), h.70

² Departemen Agama RI *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Mumtaaz Media Islami, 2007), h. 122.

Hal ini mengungkapkan bahwa seseorang hendaknya mengonsumsi makanan yang halal serta baik kandungan gizinya. Rasulullah saw pernah berkata kepada Sa'ad bin Abi Waqqash ra sebagai berikut:

رَبِّهِ

أَلَا

طَرْتَهُ

Artinya:

“Pilihlah makanan yang halal, niscaya doamu akan dikabulkan”.³

Di dalam surah al-Maidah ayat 88 tersebut dinyatakan bahwa jika seseorang yang mengonsumsi minuman dan makanan yang haram maka akan tercermin sikap dan perilaku yang tidak baik sehingga memilih makanan yang halal dan baik merupakan kewajiban yang harus dijalankan bagi setiap muslim khususnya. Adanya ketaatan dalam menjalankan apa yang telah ditetapkan oleh Allah swt merupakan indikasi keimanan hamba kepada tuhanNya.

Allah swt menyeru umat manusia agar makan yang baik-baik dari “meja makan besar” yang disediakan untuk manusia. Yang dimana bumi dan segala isinya yang telah diciptakan untuk manusia, agar mereka tidak mengikuti langkah dan jalan setan, yang dihiasinya untuk sebagai orang, agar manusia mengharamkan hal-hal yang dihalalkan Allah. Setan mengharamkan atas mereka berbagai hal yang baik-baik dan menjerumuskannya ke dalam lembah kesesatan.⁴

Cara makan seseorang sangat dipengaruhi oleh usia, jenis kelamin, pendidikan, status sosial ekonomi, kesehatan serta keadaan psikologi orang tersebut. Tiap konsumen memiliki kebutuhan hidup yang berbeda, namun faktor

³ Imam al-Ghazali. *Benang Tipis Antara Halal & Haram*, (Surabaya: Putra Pelajar, 2002) h.10.

⁴ Yusuf Qardhawi. *Halal Haram Dalam Islam*, (Surakarta: Era Intermedia, 2003) h. 72.

yang dapat memengaruhi seorang konsumen untuk membeli suatu produk pangan seperti faktor budaya, sosial, pendidikan serta pendapatan. Oleh karena makan merupakan kebutuhan yang paling dasar dalam kehidupan dan sangat berkaitan erat dengan kesehatan, maka konsumen tentunya membutuhkan keamanan, lingkungan serta faktor-faktor lain yang menunjang terciptanya produk makanan yang aman dikonsumsi dari berbagai segi.⁵

Studi tentang keluarga dan hubungannya mereka dengan pembelian dan konsumsi adalah sangat penting tetapi kerap kali diabaikan dalam analisis perilaku konsumen.⁶ Menurutnya ada dua alasan yaitu: 1) banyak produk dibeli oleh konsumen ganda yang bertindak sebagai unit keluarga; dan 2) bahkan ketika pembelian dibuat oleh individu, keputusan pembelian individu yang bersangkutan mungkin sangat dipengaruhi oleh anggota lain dalam keluarganya. Dari pendapat tersebut, maka peran ibu rumah tangga dalam menentukan dan memilih produk kebutuhan sehari-hari kemungkinan dipengaruhi faktor-faktor demografis seperti usia, pendapatan, pendidikan.

Ketika teknologi pangan belum berkembang seperti saat ini dan ketika tidak ada atau tidak banyak makanan dan minuman olahan yang beredar, masalah halal dan haram pada makanan dan minuman relatif tidak rumit saat ini. Walaupun dari segi syar'i atau syari'at permasalahan ini selalu ada, terutama karena adanya perbedaan pendapat di antara para ulama, namun perbedaan tersebut relatif mudah diselesaikan. Lain halnya ketika permasalahan teknologi

⁵ Schaffner, D J, dan William R S, Mary, *Marketing an International Perspective..* (Singapore: WCB Mc-Graw Hill, 1998), h.87.

⁶ Engel, J.F. RD, Blackwell dan PW, Miniard. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h.105.

yang telah berkembang sedemikian rupa sehingga hal-hal yang dulu tidak ada menjadi ada dengan bantuan teknologi. Seperti ketika membuat roti, jika pada zaman dahulu orang hanya tahu bahwa roti terbuat dari terigu, air, serta ragi. Sedangkan dengan adanya teknologi maka sangat dimungkinkan adanya penambahan bahan makanan yang dapat diperoleh melalui reaksi kimia dengan bahan awal salah satu komponen yang berasal dari babi. Diperlukan usaha yang keras guna mengetahui halal tidaknya suatu produk pangan.

Kini perkembangan teknologi pangan telah sedemikian pesat yang mengakibatkan penggunaan bahan dalam pengolahan pangan menjadi sangat bervariasi. Perkembangan penggunaan bahan ini didorong oleh kebutuhan akan bahan dengan sifat-sifat tertentu yang diinginkan dengan harga yang murah. Masalah yang kemudian timbul adalah banyaknya bahan pangan baik bahan baku utama maupun bahan aditifnya yang sulit ditentukan kehalalan asal bahan pembuatnya. Padahal, kejelasan suatu informasi suatu produk pangan sangatlah penting agar konsumen mengetahui produk yang di konsumsi tersebut adalah produk yang halal atau tidak jelas ketentuan hukumnya.⁷ Didalam kemasan pada makanan, minuman, sabun, pasta gigi sangat perlu diperhatikan komposisi makanan pada bungkus atau kemasan, jika mengandung kode di bawah ini positif haram (lemak babi): E120, E140, E141, E153, E325, E422, E430, E431, E432, E433, E434, E435, E436, E470, E471, E472, E473, E474, E475, E476, E477,

⁷ Apriyantono. *Masalah Halal: Kaitan Antara Syar'i, Teknologi dan Sertifikasi*. (Bandung: Kiblat Buku Utama, 2005), h.63.

E478, E481, E482, E483, E491, E492, E493, E494, E495, E542, E570, E572, E631, E635.⁸

Adanya label halal menjadi suatu hal yang penting untuk dicantumkan pada setiap produk pangan. Adanya label halal akan memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk pangan sehingga meskipun tanpa pengetahuan yang mendalam tentang bahan tambahan makanan yang memungkinkan menggunakan bahan haram, konsumen akan merasa aman ketika mengonsumsi makanan yang telah berlabel halal. Meskipun demikian, masih ada konsumen muslim yang tidak benar-benar memerhatikan adanya label halal. Oleh karena itu, persepsi konsumen tentang pentingnya informasi halal sangatlah perlu untuk diketahui agar produk-produk yang dikeluarkan oleh industri pangan merupakan produk yang aman untuk dikonsumsi baik dari segi nilai gizi maupun kehalalannya.

Konsumsi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu alam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap manusia, sumber daya, dan ekologi⁹.

Keimanan sangat memengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan

⁸ Thobib Al-Asyhar. *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Rohani*. (Jakarta: Al-Mawadi Prima, 2003), h.54.

⁹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, h.12.

sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Saringan moral bertujuan menjaga kepentingan diri tetap berada di dalam batas-batas kepentingan sosial dengan mengubah preferensi individual semata menjadi preferensi yang serasi antara individual dan sosial, serta termasuk pula saringan dalam rangka mewujudkan kebaikan dan kemanfaatan.

Pemukiman perumahan Graha Surandar Permai 02 dengan mayoritas penduduk muslim yaitu 90 kartu keluarga dan non muslim 6 kartu keluarga dari total jumlah penduduk 96 kartu keluarga. Dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan studi tentang pengaruh faktor demografi terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal.

B. Rumusan masalah

1. Apakah faktor demografi (usia, pendapatan, dan pendidikan) berpengaruh secara parsial terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal?
2. Apakah faktor demografi (usia, pendapatan, dan pendidikan) berpengaruh secara simultan terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal?

C. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Diduga terdapat faktor demografi (usia, pendapatan, dan pendidikan) berpengaruh secara parsial terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal.

2. Diduga terdapat faktor demografi (usia, pendapatan, dan pendidikan) berpengaruh secara simultan terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal.

D. Definisi Operasional

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel dependen dan independen. variabel dependen atau terikat sering juga disebut variabel criteria, respond dan output (hasil). Variabel dependen merupakan variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel independen (bebas. Sedangkan variabel independen atau bebas sering disebut juga variabel, stimulus, input, variabel yang memengaruhi. Variabel independen merupakan suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel dependen (terikat).¹⁰ Variabel –variabel dalam penelitian ini di uraikan sebagai berikut:

- a. Faktor demografi (X) adalah pengolongan responden dalam kaitannya dengan usia, pendapatan, dan tingkat pendidikan.
 1. Usia (X1) adalah umur responden sejak lahir sampai pengambilan data. Dengan kriteria objektif yaitu Ibu rumah tangga muslim yang berusia dari 17 – 50 tahun.
 2. Pendapatan (X2) adalah Jumlah nominal uang yang diperoleh dalam rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan hidup responden.
 - a) di bawah UMR jika responden berpenghasilan di bawah Rp1.900.000,- per bulan

¹⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (jakarta:Rajawali Pers:2012), h.67.

- b) UMR jika responden berpenghasilan sama dengan Rp1.900.000,- per bulan
 - c) diatas UMR jika responden berpenghasilan di atas Rp1.900.000,- per bulan
- 3. Pendidikan (X3) adalah jenjang pendidikan yang pernah dilalui oleh responden.
 - a) dasar apabila responden tamat hanya berpendidikan maksimal sampai dengan SMP
 - b) menengah apabila responden hanya berpendidikan sampai dengan SMA
 - c) tinggi apabila responden berpendidikan sampai D1-D3 dengan sampai S1-S3
- b. Preferensi ibu rumah tangga terhadap pangan halal (Y) adalah pilihan-pilihan atau pertimbangan halal haram yang dibuat oleh para responden atas produsen yang dikuasai yang diukur dengan melihat. Yang diukur dengan skala likert, dengan kriteria obyektif.
 - 1) Preferensi produk Halal Tinggi bila responden bila : $skor > (rata-rata) + (Standar\ Deviasi)$
 - 2) Preferensi produk Halal sedang bila skor terletak diantara : $(rata-rata) + (Standar\ Deviasi) > skor > (rata-rata) - (Standar\ Deviasi)$
 - 3) Preferensi produk Halal rendah bila : $Skor < (rata-rata) - (Standar\ Deviasi)$.

E. Kajian Pustaka

Christopher Pass dan Bryan Lowes, dalam bukunya *Cictionary Of Economics* mengartikan bahwa preferensi adalah pilihan-pilihan atau pertimbangan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dari pendapatan disposable mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk.

Ristiyanti Prasetijo & John J.o.I Ihalauw, dalam bukunya *Perilaku Konsumen* yang menjelaskan mengenai proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Imam Al Ghazali, dalam bukunya *Benang Tipis Antara Halal Dan Haram* yang juga menjelaskan Hal-hal yang diharamkan dalam makanan dan minuman.

Yusuf Qardhawi, dalam bukunya *Halal Haram Dalam Islam*. Buku ini juga menjelaskan halal dan haram dalam kehidupan individu seorang muslim seperti makan, minum, berpakaian, juga kegiatan refreking, semisal bernyanyi, mendengarkan musik, dll. Ada pula aktifitas sosial, seperti pergaulan antara individu, antara anak dengan orang tua, antar muslim dengan nonmuslim, selain juga berbagai kegiatan ekonomi, berumah tangga, dan sebagainya

Muhammad Muflih, dalam bukunya *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* Berisikan tentang perilaku konsumen muslim.

F. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk di ketahui faktor demografi (usia, pendapatan, dan pendidikan) berpengaruh secara parsial terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal.
2. Untuk di ketahui faktor demografi (usia, pendapatan, dan pendidikan) berpengaruh secara simultan terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal.

G. Garis-Garis Besar Isi Skripsi

Pada dasarnya sistematika adalah gambaran-gambaran umum dari keseluruhan isi penulisan ini, sehingga mudah dicari hubungan antara satu pembahasan dengan pembahasan yang lain (teratur menurut sistem, sistem adalah suatu cara/metode yang disusun secara teratur).

Skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-bab yang disesuaikan dengan kebutuhan jangkauan penulisan dan pembahasan bab yang dimaksudkan. Berikut ini garis besar/sistematika dari penulisan ini, yaitu:

Bab I merupakan bab pendahuluan, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, hipotesis, definisi operasional, tinjauan pustaka, tujuan.

Bab II merupakan bab tinjauan pustaka, terdiri dari tinjauan umum tentang preferensi meliputi pengertian preferensi, faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen, pengukuran preferensi konsumen. Tinjauan umum tentang

label pangan meliputi, pengertian label pangan, tinjauan tentang pereturan perundangan tentang label halal. Persepsi konsumen. Penelitian sebelumnya. Kerangka berfikir.

Bab III merupakan bab metode penelitian, terdiri dari jenis dan lokasi penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, uji validasi dan reliabilitas, metode analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan; Pada bab ini berisikan gambaran umum lokasi penelitian serta pembahasan analisis mengenai hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah.

Bab V Penutup pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran-saran yang berkaitan dengan pembahasan dan studi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Preferensi

1. Pengertian Preferensi

Menurut Assel preferensi terbentuk dari persepsi terhadap suatu produk. Preferensi adalah derajat kesukaan, pilihan, atau sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen.¹ Preferensi terhadap makanan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau ukuran suka atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu jenis pangan.

Menurut Kardes preferensi merupakan proses evaluasi pada dua atau lebih objek. Preferensi selalu membandingkan antar objek baik dari segi atribut atau fitur suatu produk.² Preferensi dibedakan menjadi dua yaitu preferensi yang berdasarkan sikap (*attitude-based preferences*) dan preferensi yang berdasarkan atribut (*attribute-based preferences*). Preferensi yang berdasarkan sikap merupakan preferensi yang terbentuk oleh kebiasaan dalam memilih beberapa produk. Sedangkan preferensi berdasarkan atribut merupakan preferensi yang terbentuk berdasarkan perbandingan atribut dari dua atau lebih produk, sebagai contoh perbandingan fitur dan harga produk. Preferensi yang berdasarkan sikap terbentuk dari perilaku yang berulang-ulang dan menjadi memori jangka panjang.

Suhardjo menyatakan bahwa preferensi pangan diasumsikan sebagai sikap seseorang terhadap makanan, suka atau tidak suka yang akan berpengaruh

¹ Assael, H. *Consumer Behaviors and Marketing Action*, (Boston: 1992), h. 59.

² Kardes, F.R. *Consumer Behavior and Managerial Decision Making (2nd Ed)*. (New Delhi: Prentice-Hall Inc .2002), h.93.

terhadap konsumsi pangan.³ Oleh sebab itu, penting untuk mempelajari makanan yang disukai dan tidak disukai. Sanjur juga menjelaskan bahwa fisiologi, perasaan, dan sikap, terintegrasi membentuk preferensi terhadap pangan dan akhirnya membentuk perilaku konsumsi pangan.⁴

Preferensi juga dapat diartikan sebagai tingkatan kesukaan. Maksudnya, tingkat kesukaan secara kualitas dan atau bila dibandingkan dengan tingkat kesukaan terhadap sesuatu yang lain. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang dan jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada.⁵

2. Faktor yang Memengaruhi Preferensi Konsumen

Lyman menyatakan bahwa preferensi dipengaruhi oleh waktu dan kondisi makanan yang disediakan, seperti kondisi lapar, perasaan dan saat terakhir mengonsumsi.⁶ Suatu makanan tidak akan disukai bila belum pernah dicoba. Selain itu, suatu makanan bisa tidak disukai jika setelah dicoba terasa membosankan, terlalu biasa dikonsumsi, menyebabkan alergi atau reaksi fisiologis, dan berhubungan dengan efek penyakit setelah mengonsumsinya. Sikap suka atau tidak suka terhadap pangan hanyalah salah satu alasan yang membentuk preferensi pangan. Preferensi pangan lebih menunjuk pada keadaan ketika

³ Soehardjo. *Sosial Budaya Gizi*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Dirjen Pendidikan Tinggi. Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi, IPB, (Bogor: 1989), h.54.

⁴ Sanjur, Diva. *Social and Cultural Perspectives in Nutrition*. (New York: Prentice-Hall: 1982), h. 48.

⁵ Kotler, P. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid I. (6th ed.) (J. Wisaria, penerjemah). (Jakarta: Erlangga, 1999), h. 57.

⁶ Lyman, B. *Psychology of Food. More Than A Matter Taste*. (AVI Books Van Nostran Reinhold: 1989), h 91.

seseorang harus melakukan pilihan terhadap pangan dengan menunjukkan reaksi penerimaan hedonik atau rasa makanan yang dapat diukur secara verbal, dengan skala atau dengan ekspresi wajah.⁷

Preferensi terhadap makanan dipengaruhi oleh karakteristik individu, lingkungan, dan karakteristik produk pangan.⁸ Karakteristik individu meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan gizi. Karakteristik produk meliputi rasa, warna, aroma, dan kemasan. Sedangkan lingkungan meliputi keluarga, tingkat sosial, musim, dan mobilitas. Semua variabel tersebut saling mempengaruhi dan berkaitan satu sama lain.⁹

Menurut Suhardjo, jumlah dan jenis makanan yang dikonsumsi selain dipengaruhi oleh hasil budaya setempat, juga dipengaruhi preferensi terhadap makanan tersebut.¹⁰ Makanan dianggap memenuhi selera atau tidak, tidak hanya bergantung pada pengaruh sosial budaya. Selain pengaruh reaksi indera terhadap pemilihan pangan, kesukaan pangan pribadi makin dipengaruhi oleh pendekatan melalui media massa seperti radio, TV, pamflet, dan iklan. Harper, Deaton.

Pengukuran preferensi dapat menggunakan skala (sangat tidak suka, suka, netral, suka, sangat suka). Contoh ditanya untuk mengidentifikasi seberapa besar contoh menyukai makanan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Skala hedonik adalah salah satu cara untuk mengukur derajat suka atau tidak suka

⁷ Prasatya, E.R. *Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Preferensi dan Frekuensi Konsumsi Buah pada Golongan Lanjut Usia di Lembaga Seni Pernapasan Satria Nusantara Bogor. Skripsi Sarjana Jurusan Gizi Masyarakat dan Sumberdaya Keluarga, Fakultas Pertanian, IPB*, (Bogor: 1998)

⁸ Sanjur, Diva. *Social and Cultural Perspectives in Nutrition*. (New York: Prentice-Hall: 1982), h.58.

⁹ Sanjur, Diva. *Social and Cultural Perspectives in Nutrition*. h. 80.

¹⁰ Soehardjo. *Berbagai Cara Pendidikan Gizi. Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi, IPB*, (Bogor: 2003), h. 39.

seseorang. Derajat kesukaan seseorang diperoleh dari pengalamannya terhadap makanan yang akan memberikan pengaruh yang kuat pada angka preferensinya.¹¹ Menurut Drewnowski and Clayton, preferensi dapat digunakan sebagai tolok ukur perbandingan produk dan dapat digunakan untuk memprediksi pembelian konsumen.¹² Studi klasik riset pemasaran menyatakan bahwa preferensi terhadap makanan dapat diprediksi dari frekuensi mengonsumsi makanan tersebut.

B. Pengaruh antara Demografi terhadap Preferensi

Demografi adalah uraian tentang penduduk, terutama tentang usia, pendapatan, pendidikan. Demografi meliputi studi ilmiah tentang jumlah, persebaran geografis, komposisi penduduk, serta bagaimana faktor-faktor ini berubah.

Preferensi konsumen menurut Simamora adalah konsep abstrak yang menggambarkan peta peningkatan kepuasan yang diperoleh dari kombinasi barang dan jasa sebagai cermin dari selera pribadinya. Dengan kata lain preferensi konsumen adalah gambaran tentang kombinasi barang dan jasa yang lebih disukai konsumen apabila memiliki kesempatan untuk memperolehnya. Hal ini berarti preferensi merupakan syarat keharusan agar suatu jenis barang dan jasa yang dikonsumsi konsumen, sebagai contoh konsumen suatu rumah tangga tidak mengonsumsi buah baik buah lokal maupun buah impor walaupun kesempatan ada karena keluarga tersebut tidak menyukainya berarti tidak ada preferensinya.

¹¹ Sanjur, Diva. *Social and Cultural Perspectives in Nutrition*. h. 98.

¹² Drewnowski, A dan Clayton Hann. 1999. *Food preferences and reported frequencies of food consumption as predictors of current diet in young women*. *American Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 70, No. 1: 28-36, h. 16.

Faktor demografi dan preferensi adalah salah satu dari sekian banyak faktor eksternal dari lingkungan pemasaran. Tren demografi yang terbentuk sangat andal digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan jangka pendek dan menengah pada ibu rumah tangga. Kekuatan demografi utama yang selalu dikaitkan preferensi adalah populasi karena dalam pemilihan produk pangan.

C. Tinjauan Umum tentang Label Pangan

1. Pengertian Label Pangan

Ketika akan membeli suatu produk, hal pertama kali yang dilihat oleh konsumen adalah kemasan produk tersebut. Kemasan merupakan bungkus luar yang melindungi produk serta tempat mencantumkan berbagai informasi mengenai produk didalamnya. Pengemasan dapat dikatakan juga sebagai pembungkusan, pewadahan yang memiliki peran penting dalam menyimpan atau mengawetkan suatu bahan pangan. Pengemasan merupakan tahap terakhir dari rangkaian pengolahan produk sebelum dipasarkan. Kemasan memiliki beberapa fungsi, antara lain menjaga produk pangan agar tetap bersih dan terhindar dari kontaminasi, melindungi produk dari kerusakan fisik, memiliki kemudahan dalam membuka atau menutup serta dapat memberikan identitas, informasi yang jelas serta bertanggungjawab terhadap produk yang ada didalamnya.¹³

Setiap informasi tentang suatu produk dapat dilihat dari tabel yang tertera pada kemasan. Label pangan merupakan sarana dalam kegiatan perdagangan pangan yang memiliki arti penting sehingga perlu diatur dan dikendalikan agar informasi mengenai pangan yang disampaikan kepada masyarakat adalah benar

¹³ Syarief, Sassy Santausa., dan St. Isyana B. *Teknologi Pengemasan Pangan. Lab. Rekayasa Proses Pangan*. (Bogor: PAU-Pangan dan Gizi IPB, 1989), h. 76.

dan tidak menyesatkan.¹⁴ Menurut penjelasan Undang-undang No. 7 tahun 1996 pasal 30 ayat (1) dikatakan bahwa tujuan pemberian label pada pangan yang dikemas adalah agar masyarakat yang membeli dan atau mengkonsumsi pangan memperoleh informasi yang benar dan jelas tentang setiap produk yang dikemas, baik menyangkut asal, keamanan, mutu, kandungan gizi, maupun keterangan lain yang diperlukan sebelum memutuskan untuk membeli dan atau mengkonsumsi pangan tersebut. Ketentuan pangan ini berlaku bagi pangan yang telah melalui proses pengemasan akhir dan siap diperdagangkan, tetapi tidak berlaku bagi perdagangan pangan yang dibungkus dihadapan pembeli.

Dalam UU No. 69 tahun 1999, Ayat (1) setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, didalam, dan atau di kemasan pangan.

Ayat (2), label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memuat sekurang-kurangnya mengenai: (a) nama produk, (b) daftar bahan yang digunakan, (c) berat bersih atau isi bersih, (d) nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia, (e) keterangan tentang halal, dan (f) tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa.

Nama produk merupakan nama dagang yang akan membuat konsumen mudah mengingat produk tersebut. Daftar bahan yang digunakan berisi semua bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk tersebut dengan menggunakan bahasa Indonesia sehingga mudah untuk dipahami. Nama dan alamat perusahaan yang memproduksi wajib dicantumkan. Hal ini dimaksudkan agar konsumen lebih mudah menelusuri jika terjadi keluhan akibat mengonsumsi produk tersebut. Keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi

¹⁴ Sampurno. *Label Pangan dan Label Halal: Dalam Perspektif Peran, Tugas dan Tanggung Jawab BPPOM..* (Jakarta: Badan POM, 2001), h. 44.

masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Namun, pencantumannya pada label pangan baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi pangan dan atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa pangan yang bersangkutan adalah halal untuk dikonsumsi bagi umat Islam. Pencantuman keterangan ini dimaksudkan agar masyarakat terhindar dari mengkonsumsi makanan yang dilarang (haram). Dengan pencantuman halal pada label pangan maka dianggap telah terjadi pernyataan maksud dan setiap orang yang membuat pernyataan tersebut bertanggung jawab atas kebenarannya (Penjelasan UU No 7 tahun 1996 pasal 30 ayat 30).

Tanggal kadaluarsa dicantumkan agar konsumen mendapat produk yang masih dalam keadaan baik dan dapat dikonsumsi. Pencantuman tanggal kadaluarsa ini sangat perlu, mengingat setiap produk pangan memiliki daya tahan yang tidak sama.

2. Tinjauan tentang Peraturan Perundangan tentang Label Halal

Labelisasi Halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.¹⁵

Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetika dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah

¹⁵[http://ppommuikaltim.multiply.com/journal/item/14/Sertifikasi dan Labelisasi Halal](http://ppommuikaltim.multiply.com/journal/item/14/Sertifikasi%20dan%20Labelisasi%20Halal), di akses tgl 17-juli-2013.

melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syari'at Islam serta memberikan manfaat yang lebih dari pada *madharat* (efek).¹⁶

Dalam PP No. 69 tahun 1999 pasal, pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik menyangkut bahan baku pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan dan pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam. Makanan yang halal adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang/haram dan atau diolah /diproses menurut agama Islam (Keputusan bersama Menkes dan Menag No. 427/me.kes/VIII/1985 dan No. 68 tahun 1985 pasal 1).

Menurut Qardhawi, prinsip-prinsip halal dalam ajaran Islam adalah sebagai berikut: asal hukum tiap benda adalah mubah kecuali sebagian yang Disebut haram oleh ajaran Islam, penentuan halal-haram adalah otoritas Allah SWT, mengharamkan yang halal dan sebaliknya berdampak pada timbulnya kejahatan dan bencana, setiap yang halal tidak memerlukan yang haram, perantara menuju keharaman adalah haram, bersiasat terhadap yang haram adalah haram, niat baik tidak menghalalkan yang haram, menjauhi hal yang *syubhat* (meragukan) agar tidak terlibat hal yang haram, yang haram berlaku untuk semua orang, darurat memperbolehkan yang terlarang kecuali tidak berlebihan dan seperlunya.¹⁷

Perkembangan perundang-undangan terkait label halal di Indonesia adalah sebagai berikut:

¹⁶Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, (Jakarta: Departemen Agama 2003), h. 131.

¹⁷Yusuf Qardhawi. *Halal Haram dalam Islam*, h. 33

- a. Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 280/Menkes/Per/XI/1976 tentang Ketentuan Peredaran dan Penandaan pada Makanan yang mengandung Bahan berasal dari Babi.

Pasal 2:

- 1) pada wadah atau bungkus makanan yang diproduksi di dalam negeri maupun yang berasal dari impor yang mengandung bahan yang berasal dari babi harus dicantumkan tanda peringatan.
- 2) tanda peringatan tersebut yang dimaksud pada ayat (1) harus berupa gambar babi dan tulisan yang berbunyi: “MENGANDUNG BABI” dan harus ditulis dengan huruf besar berwarna merah dengan ukuran sekurang-kurangnya *Universe Medium Corps* 12, di dalam garis kotak persegi yang juga berwarna merah.

- b. Permenkes RI No. 76/Menkes/Per/III/78 tentang label dan Periklanan Makanan, pasal 2 menyatakan bahwa: Kalimat, kata-kata, logo, gambar dan sebagainya yang terdapat pada label atau iklan harus sesuai dengan asal, sifat, komposisi, mutu dan kegunaan makanan.

- c. Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Kesehatan No. 427/Menkes/SKB/VIII/1985 dan No. 68/1985 tentang Pencantuman Tulisan “Halal” pada Label Makanan.

Pasal 1: Tulisan “halal” adalah tulisan yang dicantumkan pada label/penandaan yang memberikan jaminan tentang halal nya makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam.

Pasal 2: Produsen yang mencantumkan tulisan “halal” pada label atau penandaan makanan produknya bertanggung jawab terhadap halal nya makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam.

Pasal 3: 1) pengawasan Preventif terhadap ketentuan pasal 2 keputusan bersama ini dilakukan oleh tim penilaian pendaftaran makanan departemen kesehatan RI, cq. Direktorat jenderal pengawasan obat dan makanan.

2) dalam tim penilaian pendaftaran makanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) pasal ini, diikutsertakan unsur departemen agama RI.

3) pengawasan di lapangan terhadap pelaksanaan ketentuan pasal 2 Keputusan bersama ini dilakukan oleh aparat departemen kesehatan RI.

- d. UU No. 23 tahun 1992 tentang Kesehatan, pasal 214 ayat (2) penjelasan butir (d): Ketentuan lainnya misalnya pencantuman kata atau tanda halal yang menjamin bahwa makanan dan minuman yang dimaksud diproduksi dan diproses sesuai dengan persyaratan makanan.
- e. Keputusan Menkes RI No. 82/Menkes/SK/I/1996 tentang Pencantuman Tulisan Halal pada Label Makanan dan perubahannya berupa Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 924/Menkes/SK/VII/1996, beserta peraturan pelaksanaannya berupa Keputusan Dirjen POM No. HK. 00.06.3.00568 tentang Tata Cara Pencantuman Tulisan Halal pada Label Makanan, yang antara lain menjelaskan:
 - a) persetujuan pencantuman tulisan “Halal” pada label makanan diberikan oleh Dirjen POM
 - b) produk makanan harus terdaftar pada Departemen Kesehatan RI
 - c) persetujuan Pencantuman label “Halal” diberikan setelah dilakukan pemeriksaan dan penilaian oleh Tim yang terdiri dari Departemen Kesehatan, Departemen Agama dan MUI
 - d) hasil Penilaian Tim Penilai disampaikan kepada Komisi Fatwa MUI untuk dikeluarkan fatwanya, dan akhirnya diberikan Sertifikat Halal
 - e) persetujuan Pencantuman “Halal” diberikan oleh Dirjen POM berdasarkan sertifikat Halal yang berdasarkan MUI
 - f) persetujuan berlaku selama 2 tahun sesuai dengan sertifikatnya
- f. UU No. 7 tahun 1996 tentang Pangan, pasal 34 ayat (1): Setiap orang yang menyatakan dalam label atau iklan bahwa pangan yang diperdagangkan

adalah sesuai dengan persyaratan agama atau kepercayaan tertentu bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan berdasarkan persyaratan agama atau kepercayaan tersebut.

Penjelasan pasal 34 ayat (1):

Dalam ketentuan ini benar tidaknya suatu pernyataan halal dalam label atau iklan pangan tidak hanya dapat dari segi bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, atau bahan bantu lainnya yang digunakan dalam memproduksi pangan, tetapi mencakup pula proses pembuatannya

g. UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

Pasal 7 butir (b):

Pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Pasal 8 ayat 1 butir (h):

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal. Sebagaimana pernyataan “Halal” yang dicantumkan dalam label.

h. PP No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan

a) Pasal 10

- i. Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut “Halal” bagi umat manusia, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.
- ii. Pernyataan tentang “Halal” sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari label.

b) Pasal 11

- i. Untuk mendukung kebenaran pernyataan “Halal” sebagaimana dimaksud dalam pasal 10 ayat (1), setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan, wajib memeriksakan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku.

- ii. Pemeriksaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan berdasarkan Pedoman dan Tata Cara yang ditetapkan oleh Menteri Agama, dengan memperhatikan pertimbangan dan saran lembaga keagamaan yang memiliki kompetensi di bidang tersebut.

D. Produk Pangan Halal

Menurut UU Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangan, pasal 1 didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumen muslim, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman. Dalam khasanah ilmu Islam, hukum asal segala sesuatu (benda) yang diciptakan Allah adalah halal dan mubah. Tidak ada satu pun yang haram, kecuali ada keterangan yang sah dan tegas tentang keharaman bahan tersebut. Hal ini berbeda dengan kaidah perbuatan yang menuntut setiap apapun yang dilakukan manusia dalam hal ini seorang muslim harus terikat dengan hukum syara' (wajib, sunah, mubah/boleh, makruh, haram).

Setiap muslim yang akan melakukan atau menggunakan, terlebih lagi mengkonsumsi sesuatu produk pangan sangat dituntun oleh agama untuk memastikan terlebih dahulu kehalalan dan keharamannya. Halal berarti boleh, sedangkan haram berarti tidak boleh. Selain masalah halal dalam perilaku yang menjadi standar minimal perilaku seorang muslim, Allah SWT juga mengatur halal dalam masalah makanan maupun minuman. Dalam Qur'an Surah Al-Maidah ayat 3, Allah SWT berfirman:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أَلْمَيْتَةُ أَلْدَّمُ وَلَحْمُ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ أَلْمُتَّخِذَةُ أَلْمَوْفُوذَةُ
أَلْمُتَرَدِّيَّةُ أَللطَّيْحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ سَقَسِمُوا أَلتَّارْلَمَ

ذَلِكُمْ فَسَقُوا الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ
وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرَ مُتَجَانِفٍ
لِإِثْمٍ ۖ أَلَلَّهِ ۖ رَحِيمٍ

Terjemahannya:

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (QS. al-Ma’idah: ayat 3)¹⁸.

Menurut ajaran Islam, mengonsumsi yang halal, suci, dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya adalah wajib bagi orang muslim. Halal dan baik secara jasmani dan rohani. Oleh karena itu mendapatkan pangan halal seharusnya merupakan hak bagi setiap konsumen Muslim. Makanan halal adalah makanan yang dibolehkan memakannya menurut Syariat Islam. Minuman halal adalah minuman yang dibolehkan meminumnya menurut Syariat Islam. Begitu sebaliknya untuk makanan dan minuman haram.

Syariat Islam adalah tata aturan agama Islam yang berdasarkan al-Quran dan al-Hadis yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan tuhan, manusia dengan dirinya sendiri dan manusia dengan sesamanya. Disamping al-Quran dan

¹⁸ Departemen Agama RI Al-Quran dan Terjemahannya, h. 29.

al-Hadis, sumber Sariat Islam yang lainnya adalah Ijma' sahabat dan Qiyas. Termasuk makanan dan minuman halal adalah (1) bukan terdiri dari atau mengandung bagian atau benda dari binatang yang dilarang oleh sariat Islam untuk memakannya atau yang tidak disembelih menurut Sariat Islam, (2) tidak mengandung sesuatu yang dihukumi sebagai najis menurut Sariat Islam, (3) tidak mengandung bahan penolong dan atau bahan tambahan yang diharamkan menurut sariat Islam, (4) dalam proses menyimpan dan menghidangkan tidak bersentuhan atau berdekatan dengan makanan yang tidak memenuhi persyaratan sebagaimana di atas atau benda yang dihukumkan sebagai najis menurut syariat Islam.

Makanan yang halal hakikatnya adalah makanan yang didapat dan diolah dengan cara yang benar menurut agama. Kini konsumen dapat memilih berbagai macam pilihan produk. Salah satunya adalah produk pangan yang sering dikonsumsi setiap hari. Sejumlah langkah bisa ditempuh konsumen untuk mempertimbangkan produk yang akan dikonsumsi.

E. Persepsi Konsumen

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik digunakan untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen memiliki hak penuh dalam menentukan produk atau jasa yang akan dikonsumsi. Namun tindakan konsumen ini tentunya akan dipengaruhi oleh pemasar atau pihak-pihak yang memiliki kepentingan khusus terhadap konsumen tersebut. Konsumen dapat digolongkan dalam kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan usia,

pendapatan, pendidikan, pola perpindahan tempat dan selera (preferensi). Pengelompokan konsumen ini sangat bermanfaat bagi para pemasar dalam merencanakan strategi pemasaran.¹⁹

Studi tentang perilaku konsumen menjadi dasar yang amat penting dalam manajemen pemasaran. Hasil dari kajiannya akan membantu para pemasar untuk merancang bauran pemasaran, menetapkan segmentasi, merumuskan *positioning* dan pembedaan produk, memformulasikan analisis lingkungan bisnisnya dan mengembangkan riset pemasaran. Selain itu, analisis perilaku konsumen juga memainkan peranan penting dalam merancang kebijakan publik. Bagi penguasa bidang ekonomi suatu negara, kajian ini sangat diperlukan untuk merumuskan kebijakan dalam kerangka perlindungan konsumen. Informasi tentang perilaku konsumen dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pengembangan kemampuan seorang pemasar dalam menjalankan tugasnya. Demikian juga bagi kalangan akademisi, kajian ini dapat digunakan dalam memperdalam pengetahuan tentang perilaku manusia.²⁰

Perilaku konsumen, seperti didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk, adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Jadi dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan, baik

¹⁹ Kotler, P. *Dasar-dasar Pemasaran. Terjemahan Jilid I*. (Jakarta: Intermedia, 1987), h. 50.

²⁰ Setiadi, N J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. (Jakarta: Kencana Media, 2003), h.75.

individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya.²¹

Terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor sosial budaya, pribadi dan psikologi konsumen. Faktor sosial budaya terdiri atas kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi keluarga. Faktor pribadi terdiri dari usia, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup. Faktor lain adalah faktor psikologi yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap. Selanjutnya perilaku konsumen tadi sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan membeli yang tahapnya dimulai dari pengenalan masalah, yaitu berupa desakan yang membangkitkan tindakan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Selanjutnya adalah tahap mencari informasi tentang produk atau jasa yang dibutuhkan yang dilanjutkan dengan tahap evaluasi alternatif yang berupa penyeleksian. Tahap berikutnya adalah tahapan keputusan pembelian dan diakhiri dengan perilaku sesudah pembelian dimana membeli lagi atau tidak tergantung dari tingkat kepuasan yang didapat dari produk atau jasa tersebut.²²

Persepsi, seperti didefinisikan oleh Solomon, sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Untuk memahami definisi ini, pertama-tama harus diketahui dahulu apa yang dimaksud dengan sensasi. Sensasi datang dan diterima

²¹ Ristiyanti Prasetijo, dan John J.o.I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2009) h. 9.

²² Setiadi, N J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. (Jakarta: Kencana Media, 2003), h. 65.

oleh manusia melalui pasca indera, yaitu mata, telinga, hidung, mulut dan kulit yang disebut juga sistem sensorik.²³

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi memiliki arti sebagai aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima terhadap stimuli akan timbulnya rangsangan.²⁴ Sensasi didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima manusia terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara yang kemudian akan menimbulkan persepsi.²⁵ Persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli tersebut diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan. Persepsi dipengaruhi oleh karakteristik stimuli (atribut produk/faktor mutu produk), hubungan stimuli dengan faktor sekelilingnya (faktor eksternal) dan kondisi dalam diri individu (faktor internal individu). Definisi stimuli adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu seperti produk, kemasan, merek, iklan, harga dan lain-lain.²⁶

Persepsi konsumen terbentuk atas berbagai stimulus yang diterimanya. Beberapa karakteristik konsumen yang memengaruhi persepsi konsumen antara lain: (a) membedakan stimulus, (b) tingkat ambang batas (*threshold level*), (c)

²³ Ristiyanti Prasetyo, dan John J.o.I Ihalaaw, *Perilaku konsumen*, h. 67

²⁴ Mangkunegara, A A. *Perilaku Konsumen*. (Bandung: Refika Aditama, 2002), h.67.

²⁵ Setiadi, N J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, h.40.

²⁶ Sinamora, B. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h.38.

persepsi bawah sadar (*subliminal perception*), (d) tingkat adaptasi, serta (e) generalisasi stimulus.²⁷

Konsumsi (dalam praktek) sangat ditentukan oleh ibu rumah tangga yang memainkan peran sebagai penjaga gerbang (*gate keeper*) yang bertanggung jawab dalam pemilihan dan persiapan hidangan bagi seluruh keluarga. Ibu rumah tangga berperan sebagai penentu menu keluarga dan pembuat keputusan pembelian sebagian besar bahan pangan, sehingga akan lebih mempermudah peneliti dalam memperoleh informasi mengenai persepsi konsumen tentang label halal.²⁸

Ibu rumah tangga sebagai *gate keeper* menjalankan perannya dengan sebagai penyedia makanan sehingga konsumsi anak akan sangat dipengaruhi oleh pengetahuan ibu terhadap sesuatu. Persepsi yang melekat dalam benak seorang ibu akan ditampilkan melalui sikapnya dan akan menjadi perilakunya sehari-hari. Pentingnya persepsi ibu rumah tangga terhadap halal akan berpengaruh terhadap pengetahuan serta kebiasaan anak sehingga dimasa datang, anak akan senantiasa mengkonsumsi makanan yang baik dan tentunya halal.

F. Penelitian Terdahulu

Studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah:

No	Peneliti/tahun/Judul	Metode Analisis, Populasi, Sampel	Hasil
----	----------------------	-----------------------------------	-------

²⁷ Setiadi, N J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, h. 86.

²⁸ Engel, J. F, G. Blackwell, dan P. W. Miniard. *Perilaku Konsumen. Jilid 1*. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h. 63.

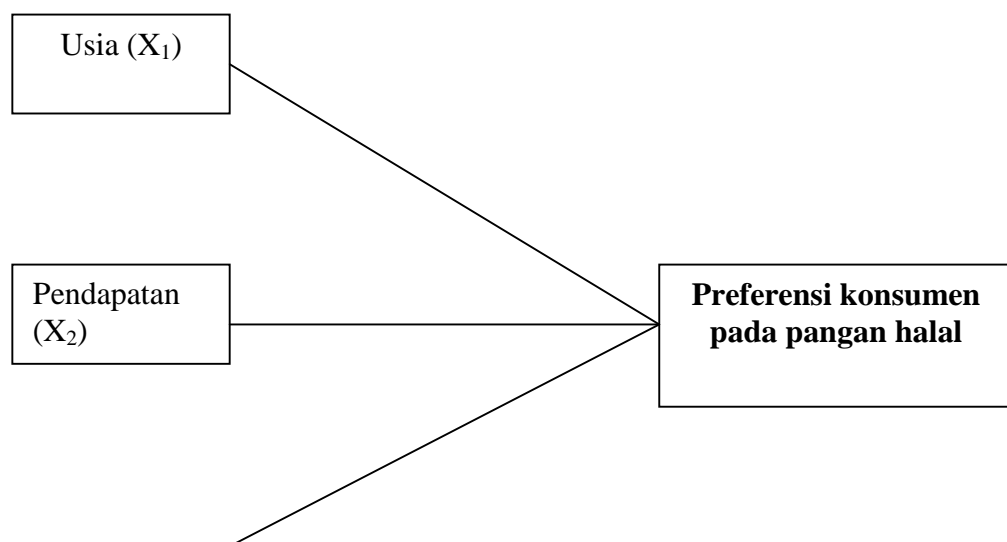
1	2	3	4
1	Rezki Nurul Wachidah(2007) Pandangan konsumen ibu rumah tangga terhadap label haram pada produk pangan di kota tangerag.	<ul style="list-style-type: none"> - Metode survei. - Ibu rumah tangga yang ada di kota Tangerang. - 442 orang 	Berdasarkan uji <i>Spearman</i> yang digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, didapat bahwa tidak ada hubungan antara status sosial ekonomi serta status pekerjaan responden dengan pengetahuan halal yang dimilikinya, namun terdapat hubungan antara pendidikan dan pengetahuan halal responden.
2	Ira Kusuma Widyawati(2009) Analisis preferensi pangan masyarakat dan daya dukung gizi menuju pencapaian diversifikasi pangan kabupaten bogor.	<ul style="list-style-type: none"> - Chi Square. - Ibu rumah tangga yang termasuk dalam kategori usia 20-45 tahun dan tinggal di Desa Babakan dan Purwasari, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. - 120 orang 	Hasil uji <i>Chi Square</i> menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan contoh dengan jagung ($p=0.036$), serta ikan pindang ($p=0.001$).
3	Rizki Alvita(2008) Hubungan antara persepsi dan preferensi konsumen dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan pembelian susu bubuk dan susu cair.	<ul style="list-style-type: none"> - Cochran Q test. - Kepala keluarga atau ibu rumah tangga yang berada di perumahan sekardangan kabupaten Bogo. - 58 orang. 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketujuh belas atribut yang diuji dengan analisis Cochran Q test terbukti bahwa ada sembilan atribut yang memengaruhi persepsi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk susu bubuk.

G. Kerangka Pikir

Sesuai dengan tujuan dan kajian teori yang sudah dibahas diatas selanjutnya akan diuraikan kerangka pemikiran mengenai pengaruh faktor demografi terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal (studi kasus ibu rumah tangga di kompleks graha surandar 02)

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui ada tidaknya preferensi ibu rumah tangga muslim terhadap produk pangan halal. Dari uraian tersebut secara sistematis kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan, yaitu:

Gambar 2.1. Kerangka Pikir



Pendidikan (X_3)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu lapangan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang berdasarkan data-data, sehingga peneliti juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.

Penelitian ini juga bersifat korelatif. Penelitian deskriptif banyak membantu terutama dalam penelitian yang bersifat longitudinal, genetic, dan klinis. Penelitian survey biasanya termasuk dalam penelitian ini.¹ Peneliti melakukan pengamatan, pembuatan kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatat dalam buku observasi. Dengan suasana demikian sehingga peneliti terjun langsung ke lapangan. Penelitian ini dilaksanakan di Perumahan Graha Surandar Permai 02.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pendekatan, sebagai berikut:

1. Pendekatan Syar'i, yakni mendekati masalah-masalah dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan atau aturan-aturan yang telah ditetapkan didalam syariat Islam.

¹ Narbuko, Cholid dan Abu Ahmadi. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 44.

2. Pendekatan Ekonometrik, yakni salah satu bidang statistika untuk mengukur dan menguji secara empiris hubungan antar variabel-variabel ekonomi secara kuantitatif berdasarkan data empiris.

C. Populasi

Populasi adalah kumpulan subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.² Populasi dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga muslim yang berada di perumahan Graha Surandar Permai 02.

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi penelitian ini didefinisikan sebagai ibu rumah tangga muslim sebanyak 88 orang.

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan;

1. Observasi adalah dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti, dalam hal ini adalah ibu rumah tangga di kompleks Graha Surandar.
2. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data sekunder dengan mengumpulkan dan mempelajari informasi yang diperoleh dari buku-buku yang terkait, jurnal, website, dan artikel.

² Iqbal Hasan, *Pokok – Pokok Materi Statistik 1*, Statistik Deskriptif, (Jakarta: Bumi, 2011), h. 12.

³ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cv Alfabeta. 2010), h. 14.

3. Angket (Kuesioner) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.⁴

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu menggunakan angket yang merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.⁵ Angket penelitian digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang berupa pertanyaan yang diberikan kepada responden (*mustahiq*) dengan skala likert. Menurut Kinnear sebagaimana yang dikutip oleh Muhammad skala likert adalah skala berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, dengan ukuran sebagai berikut:

- 1) Angka 5 menunjukkan Sangat Setuju
- 2) Angka 4 menunjukkan Setuju
- 3) Angka 3 menunjukkan Cukup Setuju
- 4) Angka 2 menunjukkan Tidak Setuju
- 5) Angka 1 menunjukkan Sangat Tidak Setuju⁶

Pada dasarnya angket penelitian terdiri atas dua bagian pokok, yaitu:

⁴ M.Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Aksara Cet. I, 1999), h.7.

⁵ M.Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, h.7.

⁶ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja wali Pers, 2008), h. 154

- 1) Bagian pengantar, yang terdiri atas (a) penjelasan tujuan angket penelitian, dan (b) surat rekomendasi atau dukungan dari pihak berwenang.
- 2) Bagian isi, yang terdiri atas (a) identitas umum responden dan (b) pertanyaan-pertanyaan utama.⁷

1. Pengukuran Preferensi Konsumen

Skala likert

Menurut Kinner, skala liker ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-tidak baik.⁸ Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu, bisa 5,7 (agar dapat menampung kategori yang netral) atau memasukkan kategori ‘tidak tahu’. Untuk membuat skala likert, dapat dilakukan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Kumpulkan sejumlah pernyataan yang sesuai dengan sikap yang akan diukur dan dapat diidentifikasi dengan jelas (positif atau tidak positif).
2. Berikan pernyataan-pernyataan di atas kepada sekelompok responden untuk diisi dengan benar.
3. Responden dari tiap pernyataan dihitung dengan cara menjumlahkan angka-angka dari setiap pernyataan sedemikian rupa sehingga responden yang berada pada posisi yang sama akan menerima secara konsisten nilai

⁷Saifuddin Azwar, h. 102

⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008) h.154

angka yang selalu sama. Misalnya, bernilai lima untuk yang sangat positif dan bernilai satu untuk yang sangat negatif. Hasil hitung akan mendapatkan skor tiap-tiap pernyataan dan skor total, baik untuk tiap responden maupun secara total untuk seluruh responden.

4. Selanjutnya, mencari pernyataan-pernyataan yang tidak dapat dipakai dalam penelitian, patokannya adalah:
 - a. pernyataan yang tidak diisi lengkap oleh responden.
 - b. Pernyataan yang secara totalnya responden tidak menunjukkan korelasi yang substansial dengan nilai totalnya.
5. Pernyataan-pernyataan hasil saringan akhir akan membentuk sakala likert yang dapat dipakai untuk mengukur skla sikap serta menjadi kuesioner baru untuk pengumpulan data berikutnya.

Pengukuran preferensi makanan dapat menggunakan skala (sangat tidak suka, tidak suka, netral, suka, sangat suka). Contoh ditanya untuk mengidenifikasikan seberapa besar dia menyukai makanan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Skala hedonik adalah salah satu cara untuk mengukur derajat suka atau tidak suka seseorang. Derajat kesukaan seseorang diperoleh dari pengalamannya terhadap makanan yang akan memberikan pengaruh yang kuat pada angka preferensinya.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin di ukur. Uji validitas untuk mengukur ketepatan alat ukur melakukan tugas mencapai sasaran.

Kriteria dalam menentukan validitas kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Merupakan tingkat kehandalan suatu instrumen penelitian. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.⁹ Uji reabilitas akan menunjukkan konsistensi jawaban responden dari pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Pertanyaan yang telah valid ditentukan reabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika r_{alpha} positif dan lebih besar dari r_{tabel} maka pertanyaan tersebut reliabel.
- b. Jika r_{alpha} negatif dan lebih kecil dari r_{tabel} maka pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Uji validitas dan reabilitas akan dilaksanakan pada 88 Orang pada Ibu Rumah Tangga Muslim Graha Surandar.

G. Metode Analisis Data

1. Uji Prasyarat

Uji prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk melakukan pengujian terhadap instrumen penelitian (kuisisioner) yang meliputi uji realibilitas dan validitas. Validitas menunjukkan kinerja angket dalam mengukur

⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*, h. 105.

apa yang diukur, sedangkan realibitas menunjukkan bahwa angket tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama, tujuan pengujian validitas dan realibitas angket adalah untuk meyakinkan bahwa angket yang disusun benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid.¹⁰

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan membandingkan korelasi antara skor dari masing-masing item pertanyaan dengan skor totalnya. Teknik yang digunakan untuk melakukan perhitungan tersebut adalah *korelasi produk moment person*. Formula *korelasi produk moment person* yang sering digunakan oleh para peneliti dalam melakukan perhitungan tersebut, adalah seperti dibawah ini:¹¹

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy}	= Koefisien korelasi
X	= Skor butir
Y	= Skor total yang diperoleh
N	= Jumlah responden
X^2	= Jumlah kuadrat nilai X
Y^2	= Jumlah kuadrat nilai Y

¹⁰ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, h. 348

¹¹ Suharsono Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Aksara. 2010), h. 146.

Namun untuk lebih memudahkan dalam melakukan perhitungan korelasi tersebut, peneliti tidak melakukannya secara manual dengan menggunakan rumus di atas, akan tetapi menggunakan program SPSS dimana rumus tersebut di atas sudah terprogram di dalamnya sehingga peneliti dapat melakukan perhitungan dengan mudah, cepat dan tepat.

Sedangkan untuk instrumen angket dapat dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten bila menggunakan pendekatan analisis varian. Teknik uji realibitas yang digunakan dalam penelitian ini, adalah *Alpha Cronbach*. Rumusn yang sering dugunakan seperti di bawah ini:¹²

$$a = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \pi_b^2}{\pi_b^2} \right]$$

Keterangan:

a	= Realibitas instrumen
k	= Banyaknya butir pertanyaan
$\sum \pi_b^2$	= Jumlah varian butir
π_b^2	= Varian total

Atau bisa juga menggunakan bantuan dari program SPSS di mana rumus tersebut sudah terprogram di dalamnya, sehingga hanya tinggal memasukkan data, kemudian diproses dan melihat nilai *Cronbach's Alpha* nya pada *Reliability Statistics*.

¹² Suharsono Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, h. 171.

2. Analisis Deskriptif

Dalam melakukan analisis terhadap hasil penelitian dilakukan analisis Analisis crosstab merupakan suatu metode analisis berbentuk tabel, dimana menampilkan tabulasi silang atau tabel kontingensi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Singkatnya, analisis crosstab merupakan metode untuk mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks. Tabel yang dianalisis di sini adalah hubungan antara variabel dalam baris dengan variabel dalam kolom.

Crosstabs (Tabulasi Silang) merupakan metode untuk mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks. Hasil tabulasi silang disajikan ke dalam suatu tabel dengan variabel yang tersusun sebagai kolom dan baris. Crosstabs ini mudah dipahami karena menyilangkan dua variabel dalam satu tabel.¹³

3. Regresi Berganda

Analisis data menggunakan regresi berganda (*multiple regression*) untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

¹³ www.AnalisisCrosstab.liveandlife.htm, 11 Agustus 2012.

= Konstanta

X_1, X_2, X_3 = Variabel independen (X_1 usia, X_2 pendapatan, X_3 pendidikan)

1,2,3 = Koefisien regresi dari variabel X

e = Standar error

4. Uji F (F-test)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Selain itu, uji F dapat digunakan untuk melihat model regresi yang digunakan sudah signifikan atau belum, dengan ketentuan bahwa jika p value $< () = 0,05$ dan $f_{hitung} > f_{tabel}$, berarti model tersebut signifikan dan bisa digunakan untuk menguji hipotesis. Dengan tingkat kepercayaan untuk pengujian hipotesis adalah 95% atau $() = 0,05$.

5. Uji Hipotesis (t- test)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan variabel lain dianggap konstan, dengan asumsi bahwa jika signifikan nilai t hitung yang dapat dilihat dari analisis regresi menunjukkan kecil dari $= 5\%$, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan tingkat kepercayaan untuk pengujian hipotesis adalah 95% atau $() = 0,05$ (5%). Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika tingkat signifikan $< 0,05$, $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan koefisien regresi $()$ positif maka hipotesis diterima yang berarti tersedia cukup bukti untuk menolak H_0 pada pengujian hipotesis 1, 2, 3 atau dengan kata lain tersedia bukti untuk menerima H_1, H_2, H_3 .
- b. Jika tingkat signifikan $< 0,05$, $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan koefisien regresi $()$ negatif maka hipotesis ditolak dan berarti tidak tersedia cukup bukti untuk menerima hipotesis.

- c. Jika tingkat signifikan $> 0,05$, dan $t_{hit} < t_{tab}$ maka hipotesis ditolak yang berarti tidak tersedia cukup bukti untuk menerima hipotesis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

a. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

Perumahan Graha Surandar merupakan salah satu Perumahan Terletak Kabupaten Gowa, Kecamatan Sungguminasa, Kelurahan Paccinongan dan Perumahan yang dapat dicapai dengan kendaraan umum, Kemudian Perumahan Graha Surandar: Terdiri dari 96 KK pada tahun 2014. Berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 109 jiwa kemudian perempuan berjumlah 179 jiwa jadi jumlah warga di perumahan graha surandar 02 sebanyak 288 jiwa.

Luas wilayah Perumahan Graha Surandar 02 adalah seluas 1,046 ha/m². Secara administrative batas-batas wilayah perumahan graha surandar 02 sebagai berikut.

Adapun Batas-Batas Wilayah Perumahan Graha Surandar 02 adalah:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Jalan poros Mustafa Daeng Bunga.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Perumahan Graha Surandar 01.
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Pemukiman penduduk Paccinongang.
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Perumahan Graha Surandar 01.

Keadaan Gemografi

Keadaan Gemografi menggambarkan dinamika kependudukan dalam suatu daerah yang meliputi jumlah penduduk, mata pencaharian, dan tingkat pendidikan.

a. Jumlah Warga

Sebaran jumlah warga di Perumahan Graha Surandar 02, pada tahun 2014 tercatat sebanyak 288 jiwa. Secara rinci disajikan pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1. Jumlah Warga Berdasarkan Jenis Kelamin Diperumahan Graha Surandar, pada tahun 2014.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1.	Laki-laki	109	47.57%
2.	Perempuan	179	53.43%
Jumlah		288	100%

Sumber dari RT Perumahan Graha Surandar 02

Berdasarkan pada Tabel 4.1 di atas warga jenis kelamin perempuan lebih banyak yakni 179 jiwa atau 53.43% dari jenis laki - laki dengan jumlah 109 jiwa atau 47.57% dari warga di perumahan Graha Surandar yakni sebesar 288 Jiwa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk perempuan mendominasi dibandingkan dengan jumlah penduduk laki-laki.

b. Tingkat pendidikan

Pendidikan warga di Perumahan Graha Surandar 02, tahun 2014 sebagai berikut:

Tabel 4.2. Tingkat Pendidikan Warga Diperumahan Graha Surandar 02, pada tahun 2014.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1.	Tamat TK	2	1.2%
2.	Tamat SD	5	3.29%
3.	Tamat SMP	4	2.90%
4.	Tamat SMA	16	14.15%
5.	Diploma D1-D3	53	20.30%
6.	S1-S3	96	58.30%
Jumlah		176	100%

Sumber: dari RT Perumahan Graha Surandar 02

Berdasarkan Tabel 4.2 bahwa dari 176 jiwa tingkat pendidikan warga perumahan graha surandar 02 lebih banyak pada jenjang pendidikan S1-S3 sebanyak 96 orang atau 58,30%.

c. Mata Pencaharian

Mata pencaharian warga di Perumahan Graha Surandar 02. Tahun 2014

Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencahariannya di Perumahan Graha Surandar 02, pada tahun 2014.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1.	Pegawai Negeri Sipil	80	51,87%
2.	Swasta	67	27,12%
3.	Wiraswasta/Pedagang	39	15,48%
4.	Buruh Kasar	6	5,39%
Jumlah		192	100%

Sumber : dari RT Perumahan Graha Surandar 02

Berdasarkan pada Tabel 4.3 di atas bahwa mata pencaharian warga di perumahan Graha Surandar didominasi pegawai negeri sipil. Hal ini ditunjukkan pada mata pencaharian pegawai negeri sipil sebanyak 80 jiwa atau 51,87%. Dan disusul oleh pegawai swasta sebanyak 67 atau 27,12%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pekerjaan utama warga di perumahan Graha Surandar adalah pegawai negeri sipil

b. Deskripsi Variabel-Variabel yang Diteliti

a) Umur, responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4. Umur Responden

No.	Umur/Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Remaja (17 – 21)	4	4.5%
2.	Dewasa muda (22 – 28)	29	33.0%
3.	Dewasa tua (29 – 60)	55	62.5%
Jumlah		88	100%

Sumber data : RT Perumahan Graha Surandar 02

Dari Table 4.4 di atas dapat diketahui bahwa responden Ibu rumah tangga muslim berdasarkan usia adalah dewasa tua (29 – 60) adalah 55 orang atau 62.5%. Dewasa muda (22 – 28) adalah 29 orang atau 33.0%. Dan kemudian remaja (17 – 21) adalah 4 orang atau 4.5 %.

b) Pendapatan

pendapatan responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel dibawah Ini:

Tabel 4.5. Pendapatan Responden

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Dibawah UMR (< 1.900.000)	4	4.5 %
2.	UMR (1.900.000)	43	48.9 %
3.	Diatas UMR (> 1.900.000)	41	46.6 %
Jumlah		88	100%

Sumber data : RT Perumahan Graha Surandar 02

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa responden Ibu rumah tangga muslim berdasarkan pendapatan adalah UMR (1.900.000) adalah 43 orang atau 48.9 %. Kemudian diatas UMR (>1.900.000) adalah 41 orang atau 46.6 %. Di bawah UMR (<1.900.000) sebanyak 4 orang atau 4.5% berada pada urutan terakhir.

c) Pendidikan

Pendidikan responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6. pendidikan responden

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Dasar (maksimal SMP)	9	10.2%
2.	Menengah (SMA)	39	44.3 %
3.	Tinggi (D1 – D3 atau S1 – S3)	40	45.5 %
Jumlah		88	100%

Sumber data : RT Perumahan Graha Surandar 02

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa responden Ibu rumah tangga muslim berdasarkan pendidikan adalah pendidikan dasar (maksimal SMP) sebanyak 9 orang atau 10.2%, kemudian menengah (SMA) sebanyak 39 orang atau 44.3%, dan tinggi (D1 – D3 atau S1 – S2) sebanyak 40 orang atau 45.5%.

2. Analisis Uji Asumsi Klasik

Evaluasi ini dimaksudkan untuk apakah penggunaan model regresi linear berganda (*multiple Regression linear*) dalam menganalisis telah memenuhi asumsi klasik. Model linear berganda akan lebih tepat digunakan dan menghasilkan perhitungan yang lebih akurat apabila asumsi-asumsi berikut dapat terpenuhi yaitu:

a. Uji Normalitas data

Pengujian normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Sebagaimana terlihat dalam grafik Normal P-P plot of regression Standardized Residual, terlihat bahwa titik – titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal (membentuk garis lurus), maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi layak dipakai untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan berdasarkan variabel bebasnya.

b. Uji Linieritas Data

Pada grafik Normal P-Plot of Regretion Stand diatas, terlihat titik-titik (data) di sekitar garis lurus dan cenderung membentuk garis lurus (linier), sehingga dapat dikatakan bahwa persyaratan linieritas telah terpenuhi. Dengan demikian karena persyaratan linieritas telah dapat dipenuhi sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Kinerja berdasarkan variabel bebasnya.

c. Uji Multikolinieritas Data

Uji multikolinieritas perlu dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (MULTIKO). Untuk mengetahui multikolinieritas antar variabel bebas tersebut, dapat dilihat melalui VIF (*variance inflation factor*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai VIF tidak lebih dari 5 berarti mengindikasikan bahwa dalam model tidak terdapat multikolinieritas.

Santoso mengemukakan besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance, pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah:

- a. Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1
- b. Mempunyai angka TOLERANCE mendekati 1

Adapun hasil pengujian teringkas dalam tabel berikut ini:

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	12,590	2,432		5,176	,000					
1 x1	-,494	1,295	-,049	-,382	,704	,439	-,042	-,033	,447	2,236
x2	3,588	1,245	,354	2,881	,005	,563	,300	,246	,484	2,068
x3	3,275	1,128	,368	2,904	,005	,566	,302	,248	,456	2,194

a. Dependent Variable: prefrensi

Pada tabel di atas terlihat bahwa ketiga variabel bebas memiliki besaran angka VIF di sekitar angka 2 (Usia = 2,236, Pendapatan = 2,068, dan Pendidikan = 2,194), besaran angka Tolerance semuanya mendekati angka 1 (Usia = 0,447, Pendapatan = 0,484, dan Pendidikan = 0,456), sehingga dapat disimpulkan

bahwa tidak terjadi Multikolinieritas antara kedua variabel bebas dan model regresi layak digunakan.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda, disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Dari grafik Scatterplot tersebut, terlihat titik –titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heretoskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasar masukan variabel independennya.

3. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara simultan maupun parsial, serta menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada penelitian ini, analisis dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan distribusi terhadap kepuasan pelanggan.

a. Analisis Uji Parsial

Berdasarkan pada hasil koefisien regresi (B) di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,590 + -0,494 x_1 + 3,588 x_2 + 3,275 x_3$$

Secara parsial pengaruh masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut:

1. Usia (X_1)

Analisis Regresi menunjukkan tidak signifikansi 0,704 lebih besar jika dibandingkan dengan alpha () 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel usia (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal. Koefisien Regresi (B) sebesar -0,494 menyatakan bahwa setiap penambahan usia (X_1), maka akan mengurangi preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal -0,494.

2. Pendapatan (X_2)

Analisis Regresi menunjukkan signifikansi 0,005 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha () 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel pendapatan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal. Koefisien Regresi (B) sebesar 3,588 menyatakan bahwa setiap penambahan atau pengurangan pendapatan (X_2), maka akan menambah preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal 3,588.

3. Pendidikan

Analisis Regresi menunjukkan signifikansi 0,005 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha () 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel pendidikan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal. Koefisien Regresi (B) sebesar 3,275 menyatakan bahwa

setiap penambahan pendidikan (X_3), maka akan menambah preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal 3,275.

b. Analisis Uji Simultan

Hasil uji regresi menunjukkan nilai F_{sig} sebesar 0,000 bila dibandingkan dengan lebih besar jika dibandingkan dengan $\alpha () 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel usia (X_1), pendapatan (X_2) dan pendidikan (X_3) berpengaruh secara bersama sama atau simultan.

B. PEMBAHASAN

Pengaruh faktor demografi terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal. Pada penelitian ini akan diuraikan pengaruh faktor demografi terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal, baik secara parsial maupun secara simultan yaitu:

1. Pengaruh Usia (X_1), Pendapatan (X_2), Dan Pendidikan (X_3) Secara parsial Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal

a. Pengaruh Usia (X_1) terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal (Y)

Hasil penelitian menunjukkan nilai tidak signifikansi 0,704 lebih besar jika dibandingkan dengan $\alpha () 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel usia (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal.

Menurut Basu Swastha dan Irawan usia dan Tahap Siklus Hidup orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Namun dalam tinjauan islam kehalalan suatu produk merupakan kriteria yang konsisten tidak

dapat ditawar-tawar. Dalam pemilihan produk preferensi boleh saja berganti tapi yang sangat perlu diperhatikan yaitu kehalalannya.

Usia sebagai salah satu faktor demografi menjadi faktor penentu dalam pembelian, usia konsumen berpengaruh dalam pembelian barang dan jasa seperti selera makan, pakaian, perabot, rekreasi, pilihan dan preferensi berbeda dalam sepanjang rentang usia, dan siklus hidup konsumen.

Dalam penelitian ini usia tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi produk halal. Hal ini dapat dijelaskan bahwa Pemahaman tentang makanan halal dan haram telah ditanamkan sejak dini. Contohnya larangan makan babi telah tertanam sejak dini dalam jiwa seorang muslim, terlebih dalam penelitian ini yang menggunakan sampel ibu rumah tangga yang paling muda berusia 19 tahun dan telah mengerti tentang bahan makanan yang dilarang dan dibolehkan dalam Islam.

b. Pengaruh Pendapatan (X_2) terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim untuk Memilih Pangan Halal (Y).

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi 0,005 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha (α) 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel pendapatan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal.

Dengan meningkatnya pendapatan akan dibarengi kemampuan daya beli sehingga konsumen rela untuk membelanjakan uang lebih dengan tujuan mendapatkan pelayanan yang baik, yang tentunya memberi nilai kepuasan kepada konsumen. Salah satu faktor dapat memengaruhi perilaku konsumen adalah gaya hidup. Gaya hidup akan mempengaruhi penilaian (preferensi) yang dilakukan oleh

seseorang yang akan membeli suatu produk, demikian juga terhadap kualitas dan kehalalan produk. Untuk mencapai kepuasan yang setinggi-tinggi nya dengan uang yang dimiliki, maka konsumen akan berusaha mencapai indifference curve yang paling tinggi yang dapat dicapai.

Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli dari seorang konsumen. Daya beli akan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bisa dibeli dan dikonsumsi oleh seorang konsumen dan seluruh anggota keluarganya. Daya beli sebuah rumah tangga akan ditentukan oleh jumlah pendapatan dari semua anggota rumah tangga tersebut. Dengan pendapatan rendah independensi preferensi dibatasi kemampuan daya beli sehingga dalam kondisi terjepit harga murah menjadi pertimbangan utama seperti beberapa kasus maraknya daging ayam tiren (ayam yang mati tidak dipotong secara syariat) yang dijual dengan harga murah, tanpa pernah disadari oleh konsumen aspek proses kehalalannya.

Dengan besarnya pendapatan maka pilihan dan kebebasan tuk memilih lebih leluasa hal ini sejalan dengan penelitian ini didukung oleh nilai Koefisien Regresi (B) sebesar 3,588 menyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan (X_2), maka akan menambah preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal 3,588.

Berdasarkan hasil penelitian dan teori yang dikemukakan maka dalam penelitian ini ditegaskan bahwa pendapatan (x_2) terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih pangan halal.

c. Pengaruh Pendidikan (X_3) Dan Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal (Y).

Hasil penelitian menunjukkan nilai menunjukkan signifikansi 0,005 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha (α) 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel pendidikan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal.

Pendidikan Konsumen memberikan pengetahuan, keterampilan, arahan, dan bimbingan agar seseorang memiliki kebiasaan berkonsumsi barang atau jasa yang baik dan menjadi konsumen yang bijaksana, kritis dan bertanggung jawab, terampil memecahkan masalah, menambah keterampilan hidup dan kehidupan, menjadi pembelanja yang smart, hati-hati dalam menggunakan sumber daya, terampil mengatur sumber keuangan penganggaran biaya menabung/ investasi/ kredit yang penting, meningkatkan kepercayaan diri, mandiri, kreatif, inovatif, dan termotivasi untuk lebih produktif sehingga dapat memperbaiki kualitas hidup dan kehidupannya

Tingkat pendidikan juga akan memengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang, bahkan persepsi terhadap suatu masalah. Konsumen yang memiliki pendidikan lebih baik akan sangat responsive terhadap informasi, pendidikan juga mempengaruhi konsumen dalam pilihan produk maupun merek. Dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi maka preferensi ibu rumah tangga muslim dalam memilih produk halal lebih tinggi karena dibarengi dengan pengetahuan dan rasionalitas yang tinggi pula dibandingkan dengan yang berpendidikan rendah, hal ini sejalan dengan hasil penelitian dimana ditemukan

nilai positif sebesar 3,275 menyatakan bahwa semakin meningkat tingkat pendidikan (X_3), maka akan menambah preferensi ibu rumah tangga dalam pemilihan pangan halal 3,275 kali lebih besar dibandingkan ibu yang berpendidikan lebih rendah.

Berdasarkan hasil penelitian dan teori yang dikemukakan maka dalam penelitian ini ditegaskan bahwa Pendidikan (X_3) berpengaruh signifikan Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim untuk Memilih Produk Pangan Halal (Y).

2. Pengaruh Usia (X_1), Pendapatan (X_2), Dan Pendidikan (X_3) Secara Simultan Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal.

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi F sebesar 0,000 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha (α) 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel usia (X_1), pendapatan (X_2), dan pendidikan (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap preferensi ibu rumah tangga untuk memilih pangan halal.

Penelitian ini sejalan dengan pendapat Sumarwan yang menyatakan bahwa faktor demografi merupakan salah satu penentu dalam pembelian, sejumlah karakteristik pribadi seperti usia, tahap siklus, pekerjaan, pendidikan dan kemampuan ekonomi (pendapatan) memengaruhi produk atau merek yang dibeli. Secara rinci keterkaitan antara variabel demografi dijelaskan oleh Sumarwan sebagai berikut:

- a. Usia dan tahap siklus hidup: usia dan tahap siklus hidup seseorang berpengaruh dalam pembelian barang dan jasa seperti selera makan, pakaian,

perabot, rekreasai dan sebagainya berbeda dalam sepanjang rentang usia dan siklus hidupnya.

- b. Pekerjaan dan kemampuan ekonomi (pendapatan): para pekerja kerah biru, kerah putih berpengaruh terhadap pola konsumsinya. Mereka membeli produk yang serba mahal. Keadaan ekonomi – penghasilan seseorang (level, kesetabilan, waktu) berpengaruh pada pilihan produk atau merek yang dibeli.
- c. Tingkat pendidikan juga akan memengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang, bahkan persepsi terhadap suatu masalah. Konsumen yang memiliki pendidikan lebih baik akan sangat responsive terhadap informasi, pendidikan juga mempengaruhi konsumen dalam pilihan produk maupun merek. Dari sisi pemasaran, semua konsumen dengan tingkat pendidikan yang berbeda adalah konsumen potensial bagi seluruh produk dan jasa.

Hasil penelitian Hidayati (2008), menyebutkan bahwa aspek demografi menjadi salah satu aspek yang merupakan hal yang penting dalam pensegmentasian yang merupakan salah satu produk karena hal tersebut atribut pertimbangan konsumen dalam memilih produk.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini ditegaskan bahwa usia, pendapatan dan pendidikan secara simultan terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim untuk memilih produk pangan halal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan pengaruh faktor demografi terhadap preferensi ibu rumah tangga muslim dalam memilih produk pangan halal, baik secara parsial maupun secara simultan yaitu:

1. Pengaruh Usia (X_1), Pendapatan (X_2), Dan Pendidikan (X_3) Secara Parsial terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Dalam Memilih Produk Pangan Halal

- a. Variabel Usia (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga dalam pemilihan pangan halal, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai 0,704 lebih besar jika dibandingkan dengan alpha () 0,05.
- b. Variabel pendapatan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga dalam pemilihan pangan halal, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi 0,005 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha () 0,05.
- c. Variabel pendidikan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi ibu rumah tangga dalam pemilihan pangan halal, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian menunjukkan nilai menunjukkan signifikansi 0,005 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha () 0,05.

2. Usia (X_1), Pendapatan (X_2) dan Pendidikan (X_3) Secara Simultan berpengaruh Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Dalam Memilih Produk Pangan Halal, hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang menunjukkan nilai

signifikasi F sebesar 0,000 lebih kecil jika dibandingkan dengan alpha () 0,05.

B. Saran – Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian yang dilakukan di Perumahan Graha Surandar 02 Kelurahan Paccinongang Kecamatan Sungguminasa Kabupaten Gowa adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada institusi yang terkait seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk halal.
2. Disarankan kepada penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian tentang prefrensi konsumen dengan menambahkan variabel lain guna pengembangan keilmuan terutama dalam hal kajian perilaku konsumen umumnya dan prefrensi konsumen muslim khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman, Muhidin, Sambas dan Somantri, Ating. *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012.
- Anton Bawono. *Multivariate Analisis Dengan SPSS. E.II*. Jawa Tengah: Salatiga Press, 2006.
- Apriyantono. *Masalah Halal: Kaitan Antara Syari'i, Teknologi dan Sertifikat*. Bandung: Kiblat Utama, 2005.
- Assel, H. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston, 1992.
- Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal direktorat jenderal bimbingan masyarakat islam dan penyelenggaraan haji, petunjuk teknis pedoman sistem produksi halal. Jakarta: departemen agama.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali, 2012.
- Drewnowski, A dan Clayton Hann. *Food preferences and reported frequencies of food consumption as predictors of current diet in young women*. *American Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 70, No. 1: 28-36, 1999.
- Engel, J.E., R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. *Perilaku Konsumen (6th ed.)* (F.X. Budiyanto, penerjemah). Binarupa Aksara, Jakarta, 1994.
- Erwan Agus Purwantodan Dyah ratih sulistyastuti. *Metode Penelitian Kuantitatif (Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial)*. Yogyakarta: Gaya Media, 2011.
- [http://lppommuikaltim.multiply.com/journal/item/14/Sertifikasi dan Labelisasi Halal](http://lppommuikaltim.multiply.com/journal/item/14/Sertifikasi%20dan%20Labelisasi%20Halal), di akses tgl 17-juli-2013.
- Imam Al-Ghazali. *Benang Tipis Halal & Haram*. Putra Pelajar, 2002.
- Kardes, F.R. *Consumer Behavior and Managerial Decision Making (2nd Ed)* Prentice-Hall Inc., New Delhi, 2002.
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Jilid I. (6th ed.)* (J. Wisaria, penerjemah). Jakrata: Erlangga, 1999.
- , *Dasar-dasar Pemasaran*. Terjemahan Jilid I. Jakarta: Internet, 2000

- Lyman, B. *Phsycology of Food. More Than A Matter Taste*. AVI Books Van Nostrand Reinhold, 1989.
- M. Iqbal Hasan. *Pokok-pokok Materi Statistik. Cet.I*. Jakarta: Aksara, 1999.
- Mangkunegara. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama, 2002.
- Martiani. *Kebiasaan Jajan dan Preferensi terhadap Makanan Jajanan pada Mahasiswa IPB di Wilayah Darmaga, Bogor. Skripsi Sarjana Jurusan Gizi Masyarakat dan sumberdaya Keluarga, Fakultas Pertanian*. Bogor: IPB, 2000.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja wali Pers, 2008.
- Muhammad Muflih. *Perilaku Konsumen dalam persfektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Aksara, 2010.
- Narbuko, Cholid dan Abu Ahmad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Prasatya. *Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Preferensi dan Frekuensi Konsumsi Buah pada Golongan Lanjut Usia di Lembaga Seni Pernapasan Satria Nusantara Bogor. Skripsi Sarjana Jurusan Gizi. Masyarakat dan Sumberdaya Keluarga, Fakultas Pertanian*. Bogor: IPB, 1998.
- Ristiyaniti Prasetijo dan John J.o.I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2009.
- Sampurno. *Label Pangan dan Label Halal : dalam Perspektif Peran, Tugas dan Tanggung Jawab BPPOM*. Jakarta: Badan POM, 2001.
- Sanjur, Diva. *Social and Cultural Perspectives in Nutrition*. New York: Prentice-Hall, 1982.
- Schaffner, William R S, and Mary. *Food Marketing an Internasional Perspective*. Singapura: WCB Mc-Graw Hill, 1998.
- Setiadi. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Media, 2003.
- Sinamora. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Suharsono Arikunto, *Produser Penalitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Aksara, 2010.

- Soehardjo. *Sosial Budaya Gizi. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Dirjen Pendidikan Tinggi. Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi*. Bogor: IPB, 1989.
- . *Berbagai Cara Pendidikan Gizi. Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi*. Bogor: IPB, 2003.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Syarief, R., Sassya Santausa., dan St. Isyana B. *Teknologi Pengemasan Pangan. Lab. Rekayasa Proses Pangan. PAU-Pangan dan Gizi*. Bogor: IPB, 1989.
- Terjemahan Al-quran Depertamen agama RI*. Jakarta: Mumtaaz Media Islam, 2007.
- Www. Analisis Crosstab.Live and Life.htm, 11 Agustus 2012.
- Yusuf Qardawi. *Halal Haram Dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia, 2003.

Kuisisioner Penelitian

Hubungan Antara Faktor Demografi Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Kompleks Graha Surandar 02)

Nama Responden :
Tanggal :
Alamat :
No. telp :

Beri tanda contreng (/) pada jawaban yang anda anggap sesuai

I. ASPEK DEMOGRAFI

Usia

Remaja (17 - 21 tahun)	Dewasa Muda (22 - 28 tahun)	Dewasa Tua (29 - 60 tahun)

Pendapatan

Di bawah UMR < Rp 1.900.000,-	UMR Rp 1.900.000,-	Di atas UMR >Rp 1.900.000,-

Pendidikan

Dasar SD - SMP	Menengah SMA	Tinggi D1 – D3/S1 – S3

II. PREFRENSI KONSUMEN

a. Aspek Sumber

No	Pilihan	Sangat setuju	Setuju	Tidak yakin	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1	Saya selalu memastikan produk yang saya konsumsi berasal dari produk yang halal.					
2	Saya selalu memperhatikan label bahan-bahan atau					

	komposisi produk yang akan saya konsumsi, apakah yang diproduksi yang saya konsumsi tidak mengandung bahan yang haram. Saya berusaha mencari tahu.					
3	Beberapa komposisi makanan yang tertera pada lebel menggunakan bahasa asing.					

b. Aspek Proses

No	Pilihan	Sangat setuju	Setuju	Tidak yakin	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1	Saya berusaha mencari tahu kehalalan proses pembuatan makanan					
2	Saya tidak mengkonsumsi apabila proses pembuatan makanan yang mengandung unsur yang meragukan (syuhbat) apalagi haram					
3	Untuk produk daging saya harus tau apakah produk daging tersebut disembeli sesuai dengan syariat islam.					

c. Aspek Hasil Akhir

No	Pilihan	Sangat setuju	Setuju	Tidak yakin	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1	Saya hanya memilih produk yang jelas kehalalannya					
2	Saya tidak menggunakan produk yang meragukan (syuhbat)					

Usia (X_1)	Pendidikan (X_2)	Pendapatan (X_3)	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Preferensi
3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	26
3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	24
2	2	2	2	3	3	4	2	3	4	4	25
2	2	2	2	5	3	3	1	3	3	2	23
3	3	3	3	3	4	5	2	4	3	4	29
3	3	3	3	4	3	4	2	2	4	3	24
3	3	3	3	4	4	5	2	4	4	3	30
2	2	2	2	5	3	4	1	5	5	5	30
2	2	1	1	5	3	3	1	1	5	5	27
3	2	2	2	3	4	5	4	1	4	4	29
3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	3	23
3	3	2	2	2	4	2	5	2	1	2	21
3	2	2	2	3	4	1	3	4	4	3	24
2	2	3	3	5	3	3	2	3	3	4	26
3	3	3	3	4	3	5	3	2	2	5	26
3	2	2	2	5	5	3	1	4	4	3	29
3	3	3	3	5	5	4	2	3	3	5	30
3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	28
2	2	2	2	3	3	4	1	2	4	5	25
3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	5	29
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	27
3	3	3	3	4	5	3	2	2	4	4	27
3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	21
3	2	3	3	4	4	2	3	2	3	3	24
2	2	1	1	2	3	1	4	2	1	1	18
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	26
2	2	2	2	3	3	3	1	4	4	4	25
3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	27
1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	12
3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	34
3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	35
3	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	39
3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	20
3	3	2	2	4	5	4	4	5	5	5	35
3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	29
3	2	2	2	4	2	2	4	2	4	2	24
2	3	2	2	2	4	2	2	4	4	4	26
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	40
3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	28
2	3	2	2	4	3	3	4	4	4	3	28
2	3	2	2	3	4	4	4	4	5	5	34
3	3	3	3	5	4	3	3	2	4	3	29
2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	5	34

2	2	2	2	4	4	4	5	4	5	5	35
3	2	2	2	5	2	3	2	3	2	2	22
3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	2	25
2	2	1	1	3	2	3	3	4	3	3	24
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	39
2	2	2	2	4	3	3	3	4	4	4	28
1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	16
2	2	1	1	2	2	2	2	4	3	3	20
2	2	2	2	3	4	4	4	2	2	2	24
3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	2	2	4	3	3	4	3	4	4	28
3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	28
3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	20
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	5	4	3	4	5	5	5	36
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	25
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	5	3	5	4	3	4	33
3	2	2	2	3	4	4	3	4	4	3	28
2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	5	27
1	1	1	1	4	2	3	2	3	3	3	23
2	2	1	1	4	3	2	2	3	3	3	23
2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	28
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	27
2	2	2	2	2	2	4	2	5	4	4	27
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	28
3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	33
2	2	2	2	5	5	5	5	4	4	4	37
3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	27
3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	28
1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	10
3	2	2	2	4	4	4	5	4	4	5	34
3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	34
2	2	3	3	2	4	4	4	4	3	4	28
3	2	3	3	2	4	4	3	3	4	4	27
2	2	2	2	2	5	4	2	4	4	4	29
3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	37
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	5	4	5	4	3	5	4	34
3	3	3	3	5	4	4	3	3	5	4	33
3	3	3	3	5	5	4	5	4	5	4	36
3	2	3	3	4	3	2	4	2	3	4	25
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	24
3	2	2	2	3	4	2	3	2	4	3	24

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,621 ^a	,386	,364	4,699	,386	17,617	3	84	,000	1,761

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: prefrensi

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1167,199	3	389,066	17,617	,000 ^b
Residual	1855,119	84	22,085		
Total	3022,318	87			

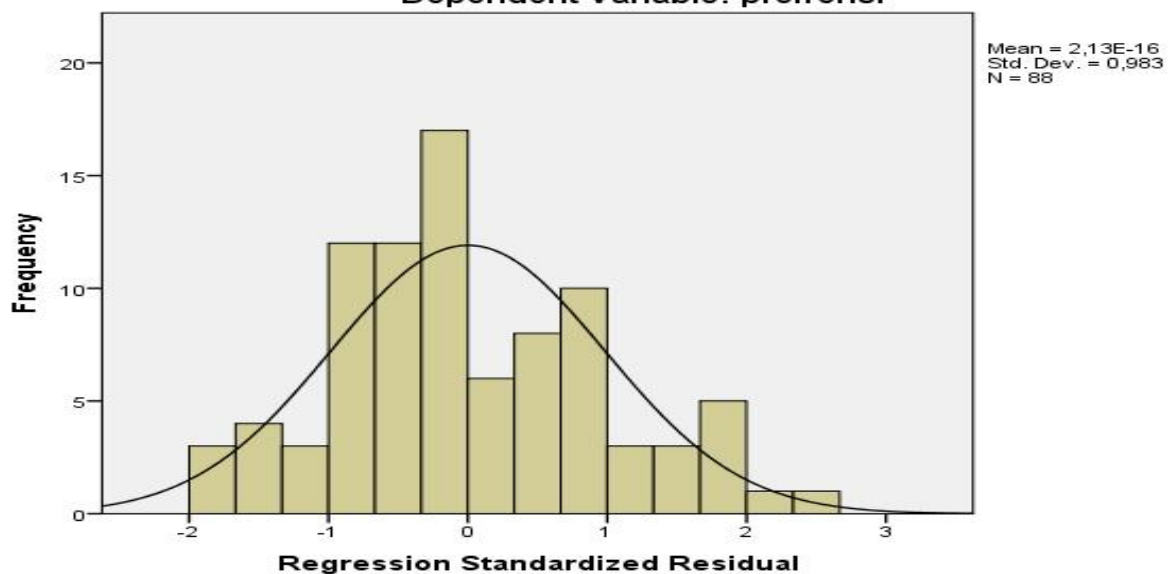
a. Dependent Variable: prefrensi

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

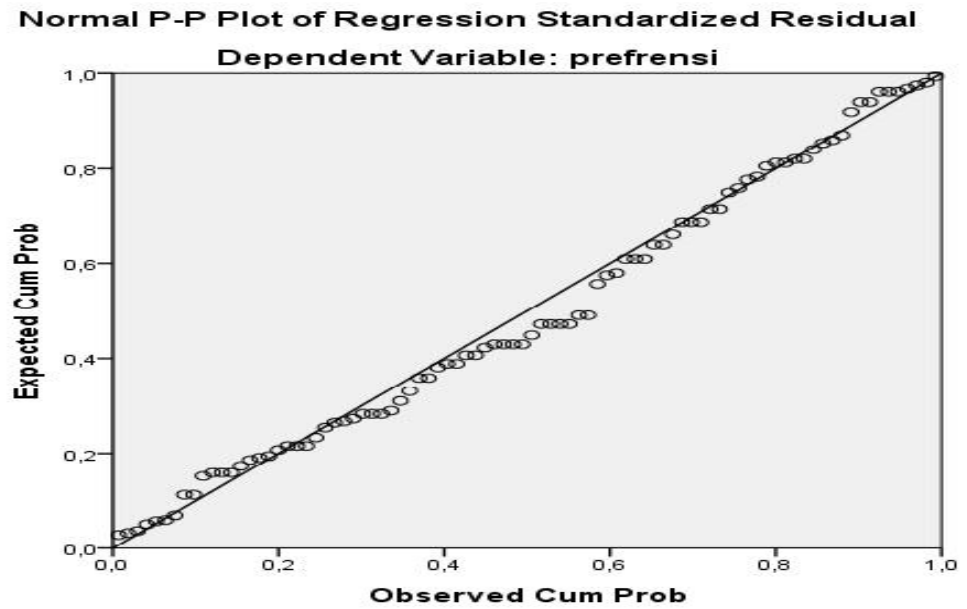
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	12,590	2,432		5,176	,000					
x1	-,494	1,295	-,049	-,382	,704	,439	-,042	-,033	,447	2,236
x2	3,588	1,245	,354	2,881	,005	,563	,300	,246	,484	2,068
x3	3,275	1,128	,368	2,904	,005	,566	,302	,248	,456	2,194

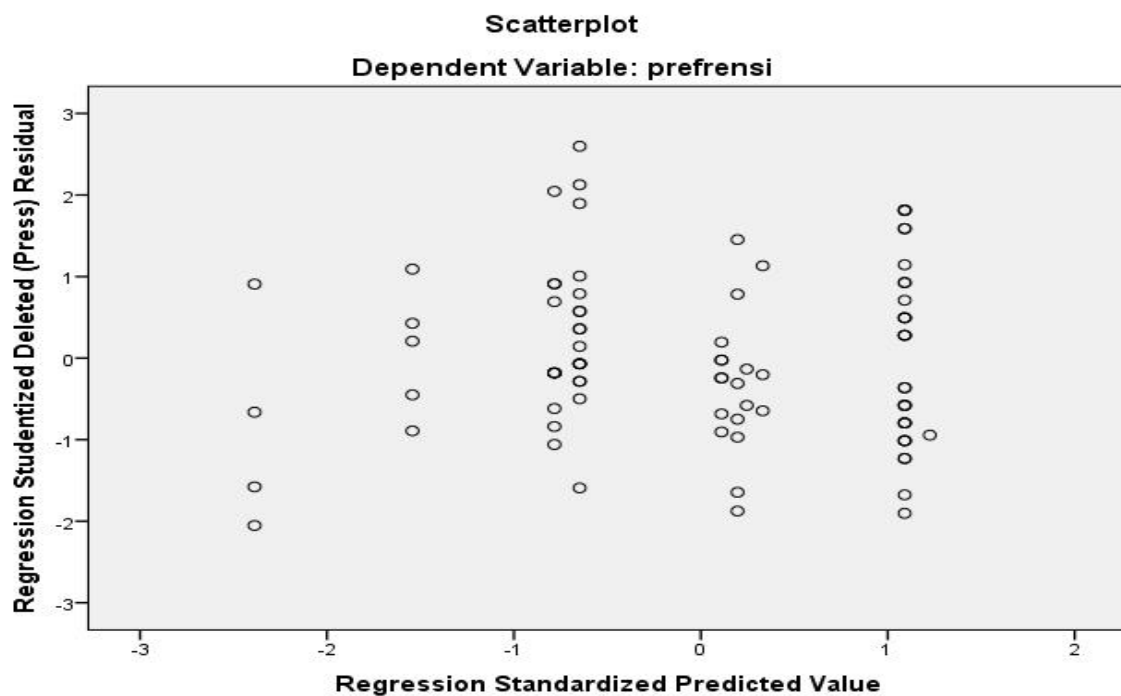
a. Dependent Variable: prefrensi

Histogram**Dependent Variable: prefrensi**

Grafik Uji Normalitas Data



Grafik Uji Heteroskedastisitas



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Akhmad Zulhikam dilahirkan di Bulukumba pada tanggal 19 April 1992. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dan pasangan Bapak Jamaluddin dan Ibu Muliati. Jenjang pendidikan formal penulis diawali dari tahun 1998 TK Islam Aisyiah Bulukumba, Sulawesi Selatan. Pada tahun 1999 hingga tahun 2004 penulis menyelesaikan jenjang sekolah dasar di SDN 26 Matekko, Bulukumba. Kemudian masuk menjadi murid Sekolah Lanjut Tingkat Pertama Negeri 1 Gantarang yang juga bertempat di Bulukumba. Pada tahun 2007, penulis melanjutkan akademis ke jenjang Sekolah Menengah Umum Negeri 2 Bulukumba. Penulis diterima menjadi mahasiswa Universitas Islam Negeri Makassar pada tahun 2010 melalui jalur UML (Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru), dan diterima di program studi jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama bersekolah baik dijenjang sekolah dasar maupun sekolah lanjutan, penulis aktif dalam kegiatan keorganisasian baik di sekolah maupun di masyarakat. Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, FORKEIS (Forum Kajian Ekonomi Islam, HTI (Hizbut Tahrir Indonesia), KKMB (Kerukunan Keluarga Mahasiswa Bulukumba). Penulis pernah mengikuti kegiatan magang di PT. Interpan Pasifik Futures, yang bergerak dibidang bursa efek/pasar modal. Sedangkan didalam masyarakat, penulis pernah menjadi Sekertaris Divisi Syiar Islam Remaja Islam Masjid Taqwa Bulukumba. Sekarang, penulis aktif dalam organisasi Hizbut Tahrir Indonesia wilayah Gowa.